

图片来源：网络

他建议优先考虑具备自烤条件的部分小众群体来引导市场、教育客群，如：高端别墅区域的推广，此类目标客群都具备家庭烧烤的条件，且不计较产品溢出部分价格，他们更注重体验和收获的乐趣，继而可以种草给工薪阶级，让这一领域的客群形成准备拔草的行为储备；另一部分就是深耕团建领域，比如公司团建/学生聚会/家庭出游这一部分客群，品牌给出3-4人食、6-8人食、12/16人食烧烤套餐等，让团建和出游更为便捷省心。